

щиеся усовершенствования разработки, проектирования и реализации АСХ. Основные решения этих вопросов направлены на рассмотрение достоинств и недостатков современных методов организации адресного склада, формализованного комплексного алгоритма на основе ERP-системы Ахарта 3. 0 в виде отдельного модуля.

Функционирование современного адресного склада организуется на основе методов динамического и статистического хранения. Основными достоинствами представленных методов являются: прозрачность размещения товаров на складе, простота и системность в использовании, минимальные затраты на обучение персонала, максимальная эффективность в использовании складских площадей. Недостатками являются: усложненность технологии размещения, существенная зависимость от владения информацией и возникновения ошибок учета. По-нашему мнению, собственный метод отдельно взятого предприятия комбинированного хранения позволяет эффективно и гибко организовать АСХ. Осуществление данного метода происходит таким образом: зоны хранения реализуются на основе метод статистического хранения, а размещения товара – методом динамического хранения.

Таким образом, используя комбинированного метода адресного системного хранения, предприятия с особыми только ему свойственными характеристиками, приспособляясь к постоянно изменяющейся конъюнктуре рынка, разрабатывает свою автоматизированную алгоритмизацию размещения товара на складе при комплектации заказа.

Предложенная система помогает снизить предприятий при истечении срока годности товаров и наиболее эффективно использовать складское пространство. Единственной последующей проблемной областью в данных разработках будет являться учет товара в разрезе складской аналитики, что и будет требовать комплексных исследований в этом направлении.

УДК 388.45

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Магистрант Третьяков-Савич Е. С.¹

Ст. преподаватель Третьякова Е. С.²

¹Каунасский технологический университет

²Белорусский национальный технический университет

В современных условиях хозяйствования неотъемлемой успешной составляющей деятельности любого предприятия является управление маркетингом, которое представляет собой анализ, планирование, претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на успешное продвижение товаров на рынок и получении максимальной прибыли.

Каждое предприятие заинтересовано в эффективном управлении своей маркетинговой деятельностью. Для этого необходимо: проведение анализа рыночных возможностей; отбор целевых рынков; разработка комплекса маркетинга и осуществление маркетинговых мероприятий. Объединение вышеперечисленного и характеризует процесс управления маркетингом, которое может осуществляться с позиций следующих альтернативных подходов: концепции совершенствования товара, концепции совершенствования производства и концепции интенсификации коммерческих усилий. Следует исходить из того, что главное в маркетинге - целевая ориентация (означает, что маркетинг ориентирован на потребителя, его истинные нужды и потребности) и комплексность (применение маркетинга обеспечивает эффект только в том случае, если он используется как система). Необходимо слияние в один поток всех составляющих элементов управления маркетингом (соединение предпринимательской, хозяйственной, производственной и сбытовой деятельности). Управление маркетинговой политикой требует перестройки всей системы управления производством, повышения эффективности деятельности всех подразделений. Благодаря этому предприятия выявляют потребности покупателей (как потенциальные, так и реально существующие), их требования к качеству, обеспечивают превращение покупательной способности в конкретный спрос на данный товар, добиваются того, чтобы связи покупателя с продавцом (производителем) товара были долговременными. Все вышеизложенное свидетельствует о том, что в современных условиях маркетинг должен интегрироваться в общую систему управления предприятием и эффективное управление маркетинговой деятельностью является необходимым условием успешной деятельности предприятия.

УДК 388.45

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Студенка гр. 11306113 Шматова Н. И.

Ст. преподаватель Третьякова Е. С.

Белорусский национальный технический университет

В современном менеджменте вопрос мотивации персонала приобретает наибольшую актуальность. Любой руководитель, желающий добиться высокой производительности труда с помощью эффективной деятельности своих подчиненных, должен позаботиться о наличии для них стимулов трудиться, поэтому главной задачей современного менеджмента является создание таких условий труда, при которых потенциал работников будет использован наилучшим образом. Чтобы система мотивации была более эф-